Commerce international Canada
International Trade Canada
Canada

CanadExport

Vol. 22, nº 9
17 mai 2004

Se montrer à la hauteur

Architectes canadiens en Chine

Si vous demandez aux architectes canadiens comment était le travail en Chine dans les années 1990, ils vous feront sans doute des réponses hautes en couleur. Certains n'ont eu à subir que de la frustration; mais pour d'autres, ç'a été l'incertitude financière. C'était alors.

Le répertoire intitulé *Celebrating Canadian Design in China*, établi par la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL International), donne un aperçu de 76 projets réalisés par des firmes canadiennes d'architecture aujourd'hui établies avec succès en Chine. Voici quelques-unes des réalisations de ces firmes.

Une collectivité intégrée

La firme **Hotson Bakker Architects** a trouvé une façon d'obtenir un équilibre entre le développement des grandes villes et la préservation de la beauté

voir page 5 — **Architectes canadiens**

Projet Street of Dreams *d'Ekistics à Beijing*

Le sondage révèle...

Les lecteurs de *CanadExport* sont satisfaits

Nous remercions les quelque 1 000 participants au troisième sondage semestriel auprès des lecteurs de CanadExport, *réalisé par Decima Research Inc. à la fin de mars. L'équipe de rédaction de* CanadExport *est heureuse de connaître vos vues, qui lui permettent à la fois de vérifier qu'elle est dans la bonne voie et de corriger le tir, le cas échéant, pour mieux répondre aux attentes des lecteurs.*

Le rapport final complet est accessible sur Internet à l'adresse www.cican.gc.ca (cliquer sur *CanadExport* sous la rubrique *Magazines*). En voici les principaux faits saillants :

- la plupart des répondants — de tous les secteurs — sont d'avis que la publication leur fournit de l'information utile sur le commerce et l'exportation, notamment le calendrier des foires et missions commerciales à venir, l'information sur les programmes et services offerts par Commerce international Canada (CICan), les articles de fond sur des organismes commerciaux internationaux et les histoires de réussite d'exportateurs canadiens;
- plus de 85 % des répondants ont jugé utiles l'information, les renseignements sur les débouchés éventuels, les contacts et les conseils fournis dans le magazine *CanadExport*;

voir page 7 — **Sondage sur CanadExport**

2007-01863/

Appels d'offres

MALDIVES — Le gouvernement de la République des Maldives est à la recherche d'entreprises souhaitant construire un pont de quatre voies à deux chaussées séparées dans le cadre d'une entente de construction-exploitation-transfert. Le pont reliera la capitale, Malé, et l'aéroport international de Malé, sur l'île d'Hulhule, lequel est relié par pont-jetée à la nouvelle zone résidentielle, Hulhumalé.

En 2003, 1 271 997 voyageurs ont utilisé l'aéroport international de Malé. La distance entre les îles de Malé et d'Hulhule à l'endroit proposé pour la construction du pont-jetée est de quelque 1 000 mètres.

Les entreprises ou groupes ayant de l'expérience et une solide situation financière sont invités à signaler leur intérêt. Les investisseurs et partenaires éventuels qui répondent à l'appel d'offres doivent soumettre un projet de construction détaillé comprenant des dessins du pont-jetée, une étude approfondie des effets sur l'environnement et une étude de faisabilité financière faisant état des péages et de la méthode de perception. La date de clôture est le 30 juin 2004.

Pour plus de renseignements, communiquez avec M. Mohamed Shafeed Mahmood, ministère des Transports et de l'Aviation civile, gouvernement de la République des Maldives, tél. : (011-960) 77-26-62, téléc. : (011-960) 32-39-94, courriel : bridgeinfo@transport.gov.mv, et avec M^me^ Shyama Suraweera, adjointe au commerce, haut-commissariat du Canada au Sri Lanka, téléc. : (011-94-1) 68-70-49, courriel : shyama.suraweera@dfait-maeci.gc.ca (indiquer le numéro de dossier 040401-01625).

OUZBÉKISTAN — Le gouvernement de la République d'Ouzbékistan a annoncé un appel d'offres pour la vente de 33 % des actions de l'entreprise d'État par actions à responsabilité illimitée, Uzmetcombinat (complexe métallurgique ouzbek), située dans la région de Tashkent.

Uzmetcombinat, fabricant de roulements en acier et de tôle laminée en exploitation depuis 1944, est la seule installation métallurgique de la République d'Ouzbékistan. Plus d'un million d'actions ordinaires sont offertes, et l'offre minimale sera d'environ 68 millions de dollars. Les intéressés peuvent se procurer, moyennant des frais, les documents de soumission qui comprennent les règles de soumission, un formulaire de soumission et un projet de convention d'achat d'actions. La date de clôture est le 28 juin 2004.

Pour plus de renseignements, communiquez avec M. Ulugbek Vahabov, Bureau de privatisation au cas par cas de l'Ouzbékistan, tél. : (011-998-71) 139-2251, téléc. : (011-998-71) 139-2279, courriel : ccpbuz@mail.tps.uz. Transmettre copie de la correspondance à M^me^ Julia Drew-Watt, troisième secrétaire (Affaires commerciales) et déléguée commerciale, ambassade du Canada à Moscou, téléc. : (011-7-095) 105-6051, courriel : julia.drew-watt@dfait-maeci.gc.ca (indiquer le numéro de dossier 040406-01695).

Soyez branchés sur les débouchés internationaux!

Pour obtenir du Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) des renseignements sur les débouchés dans votre secteur, inscrivez-vous auprès du Délégué commercial virtuel (www.infoexport.gc.ca), le seul moyen d'obtenir des informations électroniques sur les débouchés du COAI.

Vous pouvez aussi consulter le site Web du COAI (www.coai.gc.ca) et cliquer sur « Histoires à succès » pour apprendre comment le COAI a jumelé des entreprises canadiennes avec des acheteurs étrangers.

OUZBÉKISTAN — Le gouvernement de la République d'Ouzbékistan, qui a entrepris la modernisation de son réseau ferroviaire, invite les entreprises admissibles à soumissionner dans le cadre d'un appel d'offres visant la conception et la fabrication de matériel de télécommunications pour chemins de fer.

Pour obtenir les documents de soumission, il faut présenter une demande écrite et acquitter des frais non remboursables de 400 $ en sus des frais bancaires. Ceux qui en font la demande pourront obtenir ces documents par messagerie et devront acquitter des frais supplémentaires de 80 $. La date de clôture est le 3 août 2004.

Pour plus de renseignements, communiquez avec M. I.M. Usmanov, Unité de mise en œuvre des projets de la Banque asiatique de développement, tél. : (011-998-71) 138-8573/8529, téléc. : (011-998-71) 133-4179. Transmettre copie de la correspondance à M^me^ Julia Drew-Watt, troisième secrétaire (Affaires commerciales) et déléguée commerciale, ambassade du Canada à Moscou, téléc. : (011-7-095) 105-6051, courriel : julia.drew-watt@dfait-maeci.gc.ca (indiquer le numéro de dossier 040406-01700).

CanadExport

Éditrice en chef : **Yen Le**
Rédacteurs : **Michael Mancini**
Jean-Philippe Dumas

Tirage : **55 000**
Téléphone : **(613) 992-7114**
Télécopieur : **(613) 992-3791**
Courriel :
canad.export@dfait-maeci.gc.ca
Site Web :
www.maeci-dfait.gc.ca/canadexport

CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication de Commerce international Canada (CICan).

ISSN 0823-3349

Le lecteur peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de *CanadExport*.

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyez l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines.

Convention de la poste-publication nº **40064047**

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
CICan
125, promenade Sussex, Ottawa, Ont. K1A 0G2
Courriel : **canad.export@dfait-maeci.gc.ca**

DÉLÉGUÉ COMMERCIAL VIRTUEL

INFORMATION ET SERVICES PERSONNALISÉS

Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde de ressources... à portée de main! Page Web protégée par mot de passe, personnalisée et sécuritaire, le Délégué commercial virtuel vous permet de créer votre espace de travail en ligne et de trouver les débouchés dans votre secteur et sur vos marchés cibles. Tirez parti des services personnalisés que vous offrent les délégués commerciaux du Canada aux quatre coins du monde!

Si vous êtes prêt à exporter, vous êtes prêt pour le Délégué commercial virtuel.

Si votre entreprise canadienne a fait des recherches et sélectionné ses marchés cibles, vous êtes prêt pour le Délégué commercial virtuel. C'est aussi simple. Maintenant, il est encore plus facile de s'inscrire et d'avoir accès à l'aide en ligne.

Vous êtes incertain de la façon de configurer votre page Web personnalisée? Vous avez besoin d'aide pour remplir le profil de votre entreprise? N'oubliez pas, vous pouvez communiquer avec le Service à la clientèle du Délégué commercial virtuel. Le Service à la clientèle est là pour encadrer les clients afin qu'ils puissent retirer le maximum du Délégué commercial virtuel.

« Nous sommes ici pour répondre aux besoins des clients du Service des délégués commerciaux et pour faire en sorte que leur expérience avec le Délégué commercial virtuel soit des plus positives et efficaces », a indiqué Mark Scullion, directeur adjoint, Service à la clientèle.

Six conseils pour maximiser votre Délégué commercial virtuel

- Lors de votre inscription, fournissez le plus de détails possible au sujet de votre entreprise et des produits et services offerts.
- Personnalisez votre Délégué commercial virtuel selon vos paramètres, et choisissez la fréquence et le style d'avis automatisé qui vous conviennent le mieux.
- N'hésitez pas à communiquer avec le Service à la clientèle pour obtenir de l'aide.
- Consultez les « Nouvelles sectorielles hebdomadaires », qui vous fournissent des nouvelles actuelles propres à votre secteur et à vos marchés, provenant de 7 000 sources électroniques.
- Consultez régulièrement votre Délégué commercial virtuel afin de connaître le nouveau contenu et les débouchés commerciaux.
- Mettez à jour le profil de votre entreprise. Plus nous en saurons au sujet de votre entreprise et des produits et services offerts, meilleur sera notre service. N'oubliez pas, chaque fois que vous présentez une demande de services, tous les agents commerciaux ont accès aux renseignements relatifs à votre entreprise, ce qui signifie que vous n'avez pas à les fournir de nouveau, même quand il s'agit d'un nouveau contact. Il saura déjà qui vous êtes.

« La première étape consiste à s'inscrire, étape que nous avons simplifiée. Vous n'avez plus à fournir vos codes de produits, et vous n'avez plus à nous dire immédiatement pour quelles raisons vous visez un marché en particulier. De plus, si vous éprouvez des difficultés, communiquez avec nous. Nous sommes toujours prêts à vous aider. »

Debbie Laplante et Sandra Chartrand, chefs d'équipe du Service à la clientèle

Service à la clientèle pour le Délégué commercial virtuel
www.infoexport.gc.ca
Courriel : infoexport@dfait-maeci.gc.ca
Tél. : 1 800 551-4946 ou (613) 944-4946 (à Ottawa)

Pourquoi vous inscrire?

Le Délégué commercial virtuel vous permet de présenter des demandes de services aux délégués commerciaux aux quatre coins de la planète; il vous permet également de connaître des occasions d'affaires, d'obtenir des études de marché, des nouvelles actuelles, la liste des événements commerciaux et encore plus, le tout propre à votre secteur et aux marchés visés, et ce, à partir d'une seule page Web personnalisée. Si vous avez besoin d'aide, il suffit d'un clic de souris ou d'un appel téléphonique.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Delegue commercial virtuel, consultez :

www.infoexport.gc.ca

Le Délégué commercial virtuel vous ouvre tout un monde de ressources... à portée de main! Page Web protégée par mot de passe, personnalisée et sécuritaire, le Délégué commercial virtuel vous permet de créer votre espace de travail en ligne et de trouver les débouchés dans votre secteur et sur vos marchés cibles. Tirez parti des services personnalisés que vous offrent les délégués commerciaux du Canada aux quatre coins du monde!

Si vous êtes prêt à exporter, vous êtes prêt pour le Délégué commercial virtuel.

Si votre entreprise canadienne a fait des recherches et sélectionné ses marchés cibles, vous êtes prêt pour le Délégué commercial virtuel. C'est aussi simple. Maintenant, il est encore plus facile de s'inscrire et d'avoir accès à l'aide en ligne.

Vous êtes incertain de la façon de configurer votre page Web personnalisée? Vous avez besoin d'aide pour remplir le profil de votre entreprise? N'oubliez pas, vous pouvez communiquer avec le Service à la clientèle du Délégué commercial virtuel. Le Service à la clientèle est là pour encadrer les clients afin qu'ils puissent retirer le maximum du Délégué commercial virtuel.

« Nous sommes ici pour répondre aux besoins des clients du Service des délégués commerciaux et pour faire en sorte que leur expérience avec le Délégué commercial virtuel soit des plus positives et efficaces », a indiqué Mark Scullion, directeur adjoint, Service à la clientèle.

Six conseils pour maximiser votre Délégué commercial virtuel

- Lors de votre inscription, fournissez le plus de détails possible au sujet de votre entreprise et des produits et services offerts.
- Personnalisez votre Délégué commercial virtuel selon vos paramètres, et choisissez la fréquence et le style d'avis automatisé qui vous conviennent le mieux.
- N'hésitez pas à communiquer avec le Service à la clientèle pour obtenir de l'aide.
- Consultez les « Nouvelles sectorielles hebdomadaires », qui vous fournissent des nouvelles actuelles propres à votre secteur et à vos marchés, provenant de 7 000 sources électroniques.
- Consultez régulièrement votre Délégué commercial virtuel afin de connaître le nouveau contenu et les débouchés commerciaux.
- Mettez à jour le profil de votre entreprise. Plus nous en saurons au sujet de votre entreprise et des produits et services offerts, meilleur sera notre service. N'oubliez pas, chaque fois que vous présentez une demande de services, tous les agents commerciaux ont accès aux renseignements relatifs à votre entreprise, ce qui signifie que vous n'avez pas à les fournir de nouveau, même quand il s'agit d'un nouveau contact. Il saura déjà qui vous êtes.

« La première étape consiste à s'inscrire, étape que nous avons simplifiée. Vous n'avez plus à fournir vos codes de produits, et vous n'avez plus à nous dire immédiatement pour quelles raisons vous visez un marché en particulier. De plus, si vous éprouvez des difficultés, communiquez avec nous. Nous sommes toujours prêts à vous aider. »
Debbie Laplante et Sandra Chartrand,
chefs d'équipe du Service à la clientèle

Service à la clientèle pour le Délégué commercial virtuel
www.infoexport.gc.ca
Courriel : infoexport@dfait-maeci.gc.ca
Tél. : 1 800 551-4946 ou
(613) 944-4946 (à Ottawa)

Pourquoi vous inscrire?

Le Délégué commercial virtuel vous permet de présenter des demandes de services aux délégués commerciaux aux quatre coins de la planète; il vous permet également de connaître des occasions d'affaires, d'obtenir des études de marché, des nouvelles actuelles, la liste des événements commerciaux et encore plus, le tout propre à votre secteur et aux marchés visés, et ce, à partir d'une seule page Web personnalisée. Si vous avez besoin d'aide, il suffit d'un clic de souris ou d'un appel téléphonique.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Délégué commercial virtuel, consultez :

www.infoexport.gc.ca

Succès retentissant

Artistes canadiens mis en valeur au festival « folk »

À la fin de février 2004, c'est à San Diego que s'est déroulée la 16e conférence internationale de la North American Folk Music and Dance Alliance (Alliance nord-américaine de musique et de danse « folk »), qui compte plus de 6 000 membres. Cette conférence a attiré quelque 1 700 délégués du Canada, des États-Unis, d'Amérique latine et d'Europe.

Y ont participé plus de 200 artistes, membres d'organisations musicales nationales et régionales et membres de l'industrie du Canada. L'Alliance estime qu'environ 20 % des participants étaient à la recherche de gens de talent, 5 % représentaient des maisons d'enregistrement et 11 % représentaient la presse parlée et écrite « folk ».

Plus de 1 000 spectacles ont été présentés à la conférence, et 5 des 18 spectacles officiels mettaient en vedette des artistes canadiens, à savoir le groupe **Arrogant Worms**, d'Ontario, le **Trio Marc Atkinson**, de Colombie-Britannique, le groupe **Les Charbonniers de l'Enfer** et **David Francey**, du Québec, ainsi que **James Keelaghan**, du Manitoba.

L'Alliance Folk du Canada a organisé un spectacle présentant **Po'Girl**, de Colombie-Britannique, **Ember Swift**, de l'Ontario, **Samantha Robichaud**, du Nouveau-Brunswick, **Nathan**, du Manitoba, et **Perdu l'nord**, du Québec. Des organismes régionaux des provinces de l'Atlantique, du Québec et du Manitoba ont collaboré pour la première fois à l'organisation d'un spectacle, et de nombreux spectacles indépendants ont permis à divers artistes canadiens de se produire.

Marc Atkinson du Trio Marc Atkinson de Colombie-Britannique

Le Canada à l'avant-scène

Depuis plus de vingt ans, le consulat général du Canada à Los Angeles entretient d'étroites relations avec la California Traditional Music Society et avec sa directrice exécutive, Mme Elaine Weissman, et son président, M. Clark Weissman.

En 1990, Mme Pam Johnson, agente des affaires culturelles au consulat général, a participé à la création de la North American Folk Music and Dance Alliance, qui regroupe des membres de la Philadelphia Folksong Society, du Vancouver Folk Festival, de l'Old Town School of Folk Music de Chicago, de l'International Bluegrass Music Association et de la California Traditional Music Society. Selon M. et Mme Weissman, l'Alliance a changé les pratiques commerciales des présentateurs, artistes, agents, imprésarios, médias et maisons d'enregistrement dans le milieu de la musique et de la danse « folk » en Amérique du Nord.

Mme Elaine Weissman a affirmé que bon nombre des participants à la conférence étaient des grands du monde de la musique « folk », notamment des agents artistiques responsables de grands festivals tels que le Philadelphia Folk Festival, des représentants des médias tels que la revue *Dirty Linen*, des producteurs de l'émission radio souscrite à l'échelle nationale « Folk Scene », des représentants de maisons d'enregistrement telles que Canyon Records et Red House Records, des présentateurs influents tels que Dan DeWayne, de l'université d'État de la Californie à Chico (CalState Chico), et des représentants d'agences telles que Fleming Arts Management et Eye for Talent.

M. Derek Andrews, président de l'Alliance Folk du Canada, a signalé que, de l'avis de nombreux invités, les prestations canadiennes ont été les plus marquantes de la conférence. Le consulat général a travaillé en étroite collaboration avec l'Alliance Folk du Canada et des organismes régionaux à la coordination de la participation canadienne à cette conférence, coopération qui a fourni une excellente occasion d'établir des réseaux sectoriels canado-américains.

Du 24 au 27 février 2005, Montréal accueillera la conférence de la **North American Folk Music and Dance Alliance** et, du 18 au 21 novembre 2004, Halifax sera l'hôte du **Rendezvous Folk**.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Mme Pam Johnson, agente des affaires culturelles et des relations universitaires, consulat général du Canada à Los Angeles, courriel : pam.johnson@dfait-maeci.gc.ca, tél. : (213) 346-2774, site Web : www.folk.org.

Conférence sur les TI militaires en Alabama

Montgomery (Alabama) — du 30 août au 1er septembre 2004 — La **U.S. Air Force's 18th Annual Information Technology Conference and Exposition** (18e conférence et exposition annuelles des technologies de l'information de l'Armée de l'air des États-Unis) est la plus importante foire d'Amérique du Nord à l'intention des entreprises de technologies de l'information (TI) qui souhaitent se mettre en contact avec les acheteurs et les dirigeants du riche marché de l'Armée de l'air des États-Unis. Il existe d'importants débouchés pour les entreprises offrant des technologies de l'information de pointe destinées à des applications militaires.

Pour plus de renseignements et pour vous inscrire, consultez le site Web à l'adresse https://web1.ssg.gunter.af.mil/AFITC/index.asp.

Architectes canadiens en chine

— *suite de la page 1*

naturelle de l'environnement. Dans le plan architectural de collectivité qu'elle a établi pour la ville de Tianjin, près de Beijing, la firme a intégré des espaces publics dans des espaces destinés à des bureaux, à des commerces de détail et à des ensembles résidentiels tout en préservant la topographie des lieux, les espaces verts et les cours d'eau du secteur. Au lieu d'aplanir le terrain, les architectes s'y sont adaptés, utilisant les déclivités naturelles pour y conformer le tracé des routes et la disposition des habitations. Ils ont placé les immeubles dans la végétation indigène et conservé les canaux et cours d'eaux pour créer une continuité dans l'ensemble du plan d'aménagement.

L'image d'un Canada aux grands espaces

En Chine, les architectes canadiens bénéficient de l'image du Canada comme pays propre, naturel et vaste. La firme **Ekistics Town Planning Inc.** a capitalisé sur cette image en proposant des plans architecturaux qui ont réellement un caractère canadien tant du point de vue du style que du contenu. Citons comme exemple un ensemble résidentiel luxueux de Beijing, qui unit une zone de maisons unifamiliales et de maisons de ville de faible hauteur et de faible densité aux espaces publics et commerciaux environnants. Le secteur a un aspect nettement nord-américain, surtout à cause de l'utilisation de la lumière du jour, de l'eau en mouvement, de la végétation et de la topographie naturelle pour créer une impression de grand espace naturel.

L'adaptabilité est essentielle

Les architectes canadiens doivent une partie de leur succès à leur faculté d'adaptation. Comme les firmes canadiennes sont en général plus petites que leurs concurrentes étrangères, il n'est pas rare que leurs dirigeants participent eux-mêmes à la réalisation des projets. Cette approche personnelle est utile pour établir des liens de collaboration avec des promoteurs et pour modifier des plans de manière à y intégrer des éléments locaux.

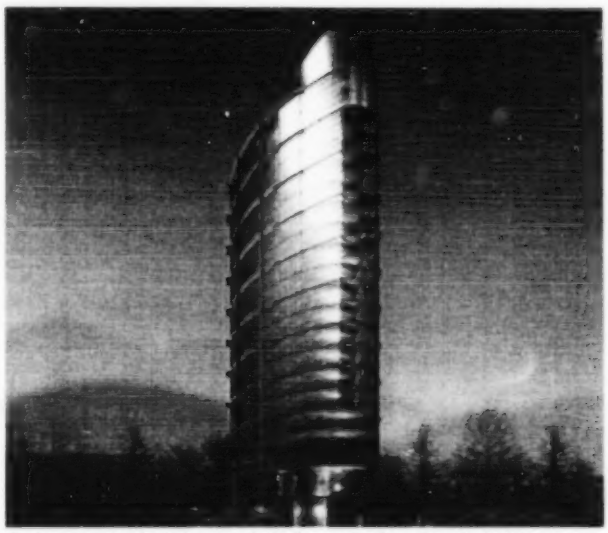
Le caractère de l'approche a joué un rôle important dans le plan directeur établi par la firme **Ramsay Worden Architects** en vue de la réalisation d'une nouvelle communauté à Zhu Jia Jiao, petite ville hors de Shanghai. Zhu Jia Jiao est devenue une vitrine pour les capacités canadiennes dans le domaine de l'architecture durable. Cette réalisation est le résultat de la fusion du savoir-faire canadien de pointe dans la réalisation de communautés durables avec des éléments traditionnels et actuels de l'habitation et du quartier d'habitation typique des Chinois.

Des difficultés demeurent

Malgré ces succès, la Chine reste un marché jeune pour les firmes canadiennes d'architecture, et il reste des obstacles à surmonter.

Par exemple, le mode de paiement est une difficulté sérieuse pour les bureaux d'études canadiens établis en Chine. Le problème n'est pas que les entreprises chinoises ne paient pas, mais que le transfert d'argent est lent, en raison des lacunes du système bancaire.

La petite taille de nombreuses firmes canadiennes pose une autre difficulté. Si une petite entreprise offre plus de souplesse, elle jouit rarement, en revanche, d'une grande notoriété, pourtant si importante aux yeux des Chinois.



Le Jiangjin Hotel, réalisation de la firme Nicolson Tamaki Architects de Vancouver

Les consommateurs chinois attachent une très grande importance à la marque, et une grande entreprise, possédant une marque très connue, offre une garantie beaucoup plus grande pour un promoteur chinois qui souhaite susciter de l'intérêt pour un projet.

Il y a une troisième difficulté liée à la nécessité d'une meilleure connaissance de la culture chinoise. Bien que les promoteurs chinois reconnaissent le savoir-faire des firmes canadiennes et leur capacité d'innovation, ils soulignent aussi que les architectes canadiens ont beaucoup à apprendre sur les consommateurs chinois, sur leur mode de vie, leurs valeurs et sur les produits de construction locaux. Par exemple, les architectes canadiens doivent comprendre que, bien qu'au Canada on recherche avant tout la fonctionnalité (p. ex. le nombre de chambres à coucher), les consommateurs chinois peuvent se soucier davantage du prestige et de l'impression qu'ils font sur leurs invités.

Une relation de collaboration

En septembre 2003, M. Joseph Caron, ambassadeur du Canada en Chine, s'est réuni avec un groupe d'architectes et de concepteurs canadiens dans les bureaux de la SCHL à Vancouver pour parler des questions touchant les firmes canadiennes actives en Chine. Les participants ont bien accueilli l'engagement du gouvernement canadien de soutenir les initiatives canadiennes en Chine dans le domaine du design, en particulier les travaux de la SCHL en vue d'élaborer un répertoire des réalisations architecturales canadiennes dans ce pays.

Pour plus de renseignements, communiquez avec M^me^ Nellie Cheng, SCHL International, courriel : ncheng@cmhc-schl.gc.ca.

Le secteur pétrolier et gazier indien en plein essor

L'Inde est une des économies qui progressent le plus rapidement dans le monde, son produit intérieur brut devant croître de plus de 8 % cette année. Les besoins énergétiques croissants du milliard d'habitants que compte l'Inde ont modifié l'environnement marchand, et il est devenu vital pour le gouvernement indien de revoir le secteur des hydrocarbures.

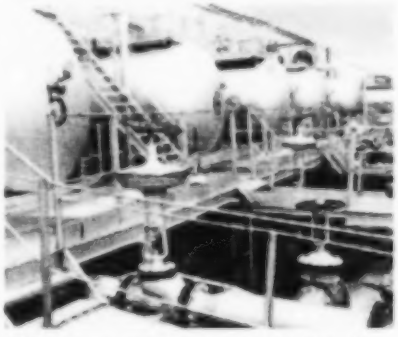
L'Inde produit seulement 30 % environ du pétrole brut dont elle a besoin et a dû importer pour quelque 25 milliards de dollars de pétrole brut et de produits pétroliers en 2002 et 2003. Pour accélérer l'expansion du secteur pétrolier et gazier indien, 90 blocs ont été accordés à des fins de prospection dans le cadre de la *New Exploration Licencing Policy* (NELP) au cours des quatre dernières années, contre 22 blocs seulement au cours des 10 années précédentes.

Recherche de débouchés

Les initiatives de prospection menées dans le cadre de la NELP ont donné des résultats encourageants, et des entreprises de prospection canadiennes comme les sociétés calgariennes **Niko Resources** et **Canoro Resources** et la société vancouvéroise **Geo-Global Resources** profitent de ces débouchés. En 2002, Niko, en association avec son partenaire local, a fait, au large de l'Inde, la plus grande découverte de gaz naturel en mer du monde (14 billions de pieds cubes). Le gouvernement indien devrait offrir d'autres blocs pour la prospection pétrolière et gazière en vertu de la NELP à la fin de mai 2004.

La Oil & Natural Gas Corporation (ONGC), première entreprise de prospection en Inde, a lancé récemment une des plus grandes campagnes de prospection en eau profonde jamais lancées au monde par un exploitant unique, qui coûtera 3,4 millions de dollars par jour au cours des trois prochaines années. La ONGC met aussi en branle un projet de 2,5 milliards de dollars visant le redéveloppement du champ pétrolier et gazier Bombay High et offre des contrats de services à des entreprises privées visant l'exploitation de champs marginaux en mer et à terre. Des entreprises comme les sociétés calgariennes **Precision Drilling** et **Newsco Directional & Horizontal Drilling** ont obtenu récemment des contrats importants de la ONGC.

Les sociétés pétrolières et gazières indiennes acquièrent activement en ce moment des intérêts pétroliers à l'étranger et souhaitent faire équipe avec des entreprises canadiennes. ONGC Videsh Limited (OVL), la branche des activités outre-mer de la ONGC, a acheté à la société calgarienne **Talisman Energy** une participation de 25 % dans le Projet du Nil supérieur au Soudan en 2003.



OVL a aussi acquis une participation de 20 % dans les champs pétroliers de Sakhalin en Russie pour environ 2,5 milliards de dollars et a des projets au Myanmar, en Libye, en Angola, en Syrie, au Vietnam et en Iran. En 2002, la société Reliance Industries Limited India a acheté à la société calgarienne **Calvalley Petroleum** des intérêts de 20 % dans le Bloc 9 au Yémen.

Pour exploiter les sources d'énergie nouvelles, le gouvernement de l'Inde a accordé 16 blocs à des fins d'exploration de méthane de gisements houillers. L'Inde fait aussi partie d'un consortium réunissant cinq pays qui cherche du méthane hydraté dans le Delta du Mackenzie au Canada. Des programmes nationaux visant le mélange de l'éthanol et de l'essence et un projet pilote d'utilisation de biodiésel ont aussi été lancés.

Besoins énergétiques de l'Inde

Le gaz naturel découvert récemment en Inde devrait réduire sensiblement l'écart entre la forte demande de gaz naturel et l'approvisionnement intérieur relativement faible. Pour réduire encore plus l'écart, plusieurs projets de gaz naturel liquéfié sont prévus au pays. En fait, la première livraison de gaz naturel liquéfié en Inde en provenance du Qatar est arrivée en janvier 2004.

L'Inde figure parmi les plus gros marchés gaziers émergents de l'Asie-Pacifique, et plusieurs pipelines sont prévus au pays pour assurer le transport du gaz naturel dont la quantité disponible augmente. La Gas Authority of India Limited possède la majeure partie de l'infrastructure indienne de transport du gaz naturel par pipeline qui s'étend sur 6 100 kilomètres. Des entreprises canadiennes, par exemple les sociétés calgariennes **Telvent** et **Global Thermoelectric**, fournissent déjà du matériel et des services aux sociétés indiennes qui exploitent les pipelines.

Le marché indien en plein essor offre des débouchés dans tous les sous-secteurs de l'industrie pétrolière et gazière. Pour aider les entreprises canadiennes à repérer les projets à venir, les possibilités d'affaires seront annoncées toutes les semaines dans le **Alberta Electronic Business Information System (AEBIS)**. Ces données sur le marché sont accessibles à toutes les entreprises canadiennes. Pour plus de renseignements, communiquez avec M. Tristan Sanregret (tristan.sanregret@gov.ab.ca).

De même, une délégation indienne sera présente au **Global Petroleum Show** qui aura lieu du 7 au 10 juin 2004 à Calgary. Il y aura, lors de cet événement, une séance sur l'Inde, le 8 juin à la Rotary House sur les terrains du Stampede, pour les entreprises canadiennes intéressées.

Pour plus de renseignements, communiquez par courriel avec M^me^ Madhu Toshniwal, haut-commissariat du Canada à New Delhi, à l'adresse madhu.toshniwal@dfait-maeci.gc.ca ou avec M. Amitabh Arora, consulat général du Canada à Mumbai, à l'adresse amitabh.arora@dfait-maeci.gc.ca.

Logiciels : L'ACT cible le marché mondial

La société Applied Courseware Technology (ACT), petit fabricant de logiciels de Fredericton, au Nouveau-Brunswick, a récemment obtenu un contrat de 800 000 dollars de Lockheed Martin, une société aéronautique reconnue mondialement comme chef de file en conception, mise au point et production de chasseurs à réaction, de systèmes de simulation à des fins de formation militaire, de systèmes de défense et de systèmes spatiaux.

Avec une douzaine d'employés seulement, l'ACT a rivalisé avec 71 candidats internationaux pour la fourniture d'un outil de développement de systèmes de formation dans le cadre du projet de 270 milliards de dollars du *F-35 Joint Strike Fighter* de Lockheed Martin. Spécialisée dans les logiciels d'analyse et de conception de systèmes de formation, l'ACT construit des modèles qui analysent en détail les besoins en formation, indiquent les rendements sur le capital investi et permettent de déterminer la conformité des systèmes aux exigences et règlements donnés.

Offrant un service unique, l'ACT travaille surtout avec de grandes organisations très réglementées, habituellement du domaine militaire et aérospatial. Le contrat de Lockheed Martin n'est qu'un des contrats de plusieurs millions de dollars que l'entreprise a obtenus jusqu'ici. Parmi les autres organisations avec lesquelles l'ACT fait affaire, mentionnons les BAE Systems, la Marine américaine, l'European Aeronautic Defence and Space Company et les Services techniques Lufthansa.

Cette clientèle dynamique ne s'est pas constituée du jour au lendemain. Au milieu des années 1990, l'ACT tirait 80 % de son chiffre d'affaires de contrats du gouvernement fédéral canadien. À cette époque, l'entreprise cherchait à se cramponner à ces revenus et à pénétrer de nouveaux marchés. M. Gerry Costello, fondateur et président de l'ACT, a expliqué qu'en tant que petite entreprise entrant sur la scène internationale, il importait de nous « en tenir à ce que nous faisions de bien » et de rester concentrés sur les compétences très spécialisées de l'entreprise.

La société Applied Courseware Technology du Nouveau-Brunswick a obtenu un contrat avec Lockheed Martin dans le cadre du projet F-35 Joint Strike Fighter de 270 milliards de dollars.

Quand l'ACT a commencé à s'étendre aux États-Unis et en Europe, elle a investi dans des études de marché et a fait appel aux services des délégués commerciaux des ambassades et des consulats du Canada aux États-Unis et en Angleterre. Il était utile à M. Costello et à l'entreprise de comprendre les marchés locaux, de réduire les risques et de se faire connaître des principaux contacts dans l'industrie. En fin de compte, c'est la solide réputation de l'entreprise qui lui a permis de prospérer sur la scène internationale.

Un bon conseil

M. Costello recommande aux entreprises canadiennes désireuses d'étendre leurs activités à l'étranger de se faire connaître des principaux fournisseurs mondiaux dans le domaine, que ce soit par l'entremise d'une ambassade ou d'un consulat du Canada ou par toute autre source au niveau fédéral ou local. Les avantages à long terme d'une réputation forgée de bouche à oreille peuvent mener à une association positive avec un produit ou une entreprise prospère. L'ACT prouve qu'une brillante réputation peut grandement faciliter l'atteinte d'objectifs sur la scène internationale.

Pour plus de renseignements, rendez-vous à www.integrator.com.

Sondage sur *CanadExport*

— *suite de la page 1*

- les répondants ont jugé très utile le site Web en général;
- plus de 85 % des lecteurs de *CanadExport* qui consultent la version en ligne recommanderaient le site à des collègues;
- les répondants apprécient tout particulièrement les suppléments détachables qui sont axés sur une zone géographique donnée ou les sujets précis comme les femmes entrepreneures;
- chaque exemplaire de CanadExport est lu, en moyenne, par trois personnes, à savoir l'abonné et au moins deux de ses collègues;
- les zones qui intéressent le plus les lecteurs dans l'optique de l'exportation sont les États-Unis, suivis de l'Europe et de l'Asie-Pacifique.

Les résultats de ce sondage ont une marge d'erreur de plus ou moins 3 %, 19 fois sur 20.

Pour plus de renseigements ou pour faire part de vos commentaires, communiquez avec *CanadExport*, courriel : canad.export@dfait-maeci.gc.ca.

AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE

Miami, Floride — les 2 et 3 décembre 2004 — L'**Americas Food and Beverage Trade Show and Conference** est la manifestation commerciale idéale pour faire connaître sur les marchés des Amériques vos produits et services du domaine des aliments et boissons. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec le consulat du Canada à Miami, tél. : (305) 579-1600, téléc. : (305) 374-6774, courriel : miami-td @dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.worldtrade.org/food.

INDUSTRIES DES ARTS ET DE LA CULTURE

Helsinki, Finlande — du 28 au 31 octobre 2004 — **Helsinki Book Fair 2004** est une foire commerciale internationale annuelle qui s'adresse aux professionnels du livre comme au grand public. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec l'ambassade du Canada en Finlande, tél. : (011-358-9) 22-85-30, téléc. : (011-358-9) 60-10-60, courriel : hsnki-td@dfait-maeci.gc.ca, sites Web : www.canada.fi ou www.finnexpo.fi.

PRODUITS DE CONSTRUCTION

Jakarta, Indonésie — du 29 septembre au 4 octobre 2004 — **Building and Construction Indonesia** est une exposition sur le matériel et les matériaux utilisés dans le secteur du bâtiment. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec l'ambassade du Canada à Jakarta, tél. : (011-62-21) 525-0709, téléc. : (011-62-21) 571-2251, courriel : jkrta-td@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.maeci-dfait.gc.ca/jakarta.

PRODUITS CHIMIQUES

Mumbai, Inde — du 3 au 5 novembre 2004 — **India-Chem 2004** est la principale exposition-conférence internationale à être présentée dans ce pays; elle porte sur les produits chimiques, les produits de la pétrochimie, les produits pharmaceutiques, la technologie des machines d'usine et les systèmes de contrôle et d'automatisation. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec le consulat général du Canada à Mumbai, tél. : (011-91-22) 287-6027-30, téléc. : (011-91-22) 287-5514, courriel : mmbai@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.indiachem2004.com.

PRODUITS DE CONSOMMATION

Milan, Italie — du 17 au 20 novembre 2004 — L'exposition biennale **Sicurezza 2004** est une exposition internationale axée sur le matériel et les composants du domaine de l'électronique, de l'éclairage, de la sécurité et de l'automatisation pour les électroménagers. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec le consulat général du Canada à Milan, tél. : (011-39-06) 6758-1, téléc. : (011-39-06) 6758-3900, courriel : milan-td@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.canada.it.

INDUSTRIE FORESTIÈRE

Durban, Afrique du Sud — du 12 au 14 octobre 2004 — L'**African Pulp and Paper Week** est une conférence internationale sur les fibres ligneuses et non ligneuses et sur les questions qui concernent la sécurité, la biotechnologie et l'économie. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec le haut-commissariat du Canada à Johannesburg, tél. : (011-27-11) 442-3130, téléc. : (011-27-11) 442-3325, courriel : jobrg@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.canada.co.za.

INDUSTRIES DE LA SANTÉ

Dubaï, Émirats arabes unis — du 10 au 12 octobre 2004 — Le **2004 International Emergency Medical Services Congress** est une rencontre régionale de décideurs clés du domaine médical venus de partout au Moyen-Orient. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Venky Rao (représentant de l'organisateur), tél. : (905) 896-7815, courriel : arabhealth@rogers.com, site Web : www.arabhealth-ems.com.

MÉTAUX ET MINÉRAUX

Araxá, Brésil — du 17 au 21 octobre 2004 — **EXPOGEO 2004** est un congrès international de géologie axé sur les conséquences économiques, sociales, scientifiques et environnementales de l'exploitation minière. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec le bureau commercial du gouvernement du Canada à Belo Horizonte, tél. : (011-55-31) 213-1651, téléc. : (011-55-31) 213-1652, courriel : infocentre-spalo @dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.canada.org.br.

MULTISECTORIEL

Mumbai, Inde — du 28 au 30 octobre 2004 — La foire commerciale **Broadcast India 2004** a pour thème la création, la gestion et la diffusion du contenu dans le domaine de la télévision, du cinéma et du multimédia. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec le consulat du Canada à Mumbai, tél. : (011-91-22) 287-6027-30, téléc. : (011-91-22) 287-5514, courriel : mmbai@dfait-maeci.gc.ca, site Web : www.saicom.com/broadcastindia.

INDUSTRIES DES SERVICES

Munich, Allemagne — du 4 au 6 octobre 2004 — **Expo Real 2004** est une exposition internationale axée sur le domaine de l'immobilier. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec l'ambassade du Canada à Munich, tél. : (011-49-30) 203-120, téléc. : (011-49-30) 203-121-15, courriel : brlin-td@dfait-maeci.gc.ca, sites Web : www.kanada.net ou www.exporeal.net.

Service des renseignements Le Service des renseignements de Commerce international Canada et d'Affaires étrangères Canada offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications et des services de référence. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus par téléphone au **1 800 267-8376**, région d'Ottawa : **(613) 944-4000**; par télécopieur au **(613) 996-9709**; ou encore en consultant le site Web (**www.maeci-dfait.gc.ca**).

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa, Ont. K1A 0G2

Convention de la poste-publication
nº 40064047